

4. Прокументова Г. Н. Стратегия и программа гуманитарного исследования образовательных инноваций // Переход к Открытому образовательному пространству : в 2 ч. / под ред. Г. Н. Прокументовой. – Томск : Изд-во Том. гос. ун-та, 2005. – Ч. 1. Феноменология образовательных инноваций. – С. 23.
5. «JSON TV» [Электронный ресурс]. – URL: http://json.tv/ict_news_read/german_gref-sberbank_rossii-vystuplenie_na_gaydarovskom_forum20160121074319.

ПРОДВИЖЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВУЗА В СТРУКТУРЕ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ РЭУ ИМ. Г. В. ПЛЕХАНОВА

**Владимир Кошель,
Вера Головина, Наталья Разина,
Сергей Савинков, Марина Шилина**
*Российский экономический университет
им. Г. В. Плеханова, Россия*

Немыслимая прежде динамика социальных преобразований обусловлена переходом современного общества к цифровой цивилизации. Глубину и масштабы изменения общества сравнивают с трансформациями в результате изобретения письменности [1, с. 86]. Беспрецедентная значимость не только знаний и умений, но и мотиваций, и чувств человека в развитии экономики проявляется прежде всего в коммуникациях, как маркетинговых, так и стратегических. Конкурентная борьба между различными субъектами современного рынка разгорается за внимание целевой аудитории. Тот из конкурирующих субъектов, кто осознает ключевые мотивации своих целевых групп и выстроит с ними корректные коммуникации, получит шанс сохранить конкурентные позиции на рынке. Таким образом, коммуникативная компетентность корпоративного специалиста, продвигающего свою компанию в условиях обостряющейся конкуренции, становится приоритетным фактором, обеспечивающим полномасштабную деятельность организации. Суть коммуникативной компетентности в эпоху социальных трансформаций заключается в том, чтобы определить новейшие тренды рынка и встроить их коммуникативное сопровождение в структуру стратегических корпоративных коммуникаций.

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, позиционирующий себя как первый экономический вуз России¹, в настоящее время стремится к обновлению структуры своей стратегической коммуникации. В ответ на вызовы цифровой эпохи университет стремится диверсифицировать систему образования в социально-экономической сфере, обеспечить для потребителя образовательных услуг возможность непрерывного образования, возможность не только корректировать, но и гибко трансформировать комплекс компетенций, необходимых для новых, никогда прежде не существовавших видов деятельности и профессий.

Почему, выявляя новейшие тренды в области стратегических корпоративных коммуникаций, мы ориентируемся прежде всего на необходимость диверсификации системы образования и новаций в сфере их продвижения части стратегической коммуникации вуза? Ответ на этот вопрос определяет осознание явной недостаточности традиционного подхода к обучению в динамично меняющихся социально-экономических реалиях. Даже для профессий, традиционных для уходящей эпохи, набор компетенций по устаревающим и тем более по постоянно меняющимся стандартам перестает отвечать изменяющимся формам профессиональной деятельности. Так, специалисты в сфере государственного и муниципального управления или менеджеры в сфере торговли или банковского дела, чтобы быть успешными, обязаны постоянно переучиваться, осваивая новые технологии и навыки работы в меняющейся социальной среде. Стратегия диверсификации образования реализуется, в частности при «подготовке профессиональных управленцев, способных обеспечить успешное управление бизнесом в условиях динамично изменяющейся внешней и внутренней среды рынка, способных соединить творческий полет с современными технологиями и пробивной силой рационализма» [3].

Классическая интеграция университетского образования и сферы современного производства, инициируемая высшей школой в форматах проведения мастер-классов и спецкурсов приглашенными специалистами отрасли, не вполне отвечает необходимым требованиям. Подобный формат взаимодействия с отраслью в настоящее время не способен обеспечить формирование всего комплекса компетенций будущего специалиста новых профессий или видов деятельности. Поэтому в результате исследований изменяющихся мотиваций и потребностей целевых аудиторий, (коими являются, в частности, и потенциальные работодатели – субъекты общественного производства) в Российском экономическом университете

¹Первый экономический вуз России, открытый в 1907 г. по инициативе Московского общества распространения коммерческого образования, возглавляемого А. С. Вишняковым. Его основание стало началом создания системы высшего коммерческого и экономического образования в России [2].

им. Г. В. Плеханова начинают формировать новые образовательные услуги, а именно – комплексную систему дополнительного профессионального образования. Для этого в 2013 г. создается специальное структурное подразделение, которое с 2014 г. называется Центр развития дополнительного профессионального образования.

Следует отметить, что новые программы дополнительного образования разрабатывают наиболее видные и квалифицированные специалисты-исследователи и профессионалы отрасли, а компетентные сотрудники Центра координируют подготовку образовательных проектов, организуют учебный процесс и методическое обеспечение программ дополнительного профессионального образования.

Центр развития дополнительного профессионального образования РЭУ им. Г. В. Плеханова, реализуя поставленную перед ним цель и осуществляя возложенные на него функции, также позиционирует университет как субъект системы высшего профессионального образования, способный предложить качественные диверсифицированные программы современного дополнительного образования. В таком позиционировании утверждается новый имидж университета как одного из передовых учебных заведений, отвечающего требованиям новой кооперации в новой системе разделения труда в сфере подготовки кадров в условиях цифровой экономики.

Важно подчеркнуть, что идентичность и продвижение обновленного бренда университета обеспечивают корпоративные стратегические коммуникации, осуществление которых возложено на Центр развития дополнительного профессионального образования. Руководствуясь Положением о реализации дополнительных общеобразовательных программ в ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», сотрудники Центра организуют PR и рекламные мероприятия по продвижению дополнительных образовательных программ на рынок образовательных услуг [4]. Позиционируя конкурентные преимущества бренда РЭУ им. Г. В. Плеханова, осуществляющего стратегию диверсификации образования, специалисты Центра развития ДПО предлагают:

- освоение двух профессий одновременно в одном учебном заведении и в удобное время;
- получение двух дипломов по окончании обучения по основной образовательной программе,
- получение дополнительных профессиональных компетенций.

Преимущества инновационного формата образования существенно расширяют возможности трудоустройства выпускников [5]. В условиях постоянных трансформаций цифровой экономики и необходимости перманентного образования в течение всей жизни направление дополнительного образования становится существенным фактором в формировании бренда вуза и направлением корпоративной стратегической коммуникации.

Библиографический список

1. Калмыков, А. А. Онтология цифровой цивилизации / А. А. Калмыков // Философия коммуникации: интеллектуальные сети и современные информационно-коммуникативные технологии в образовании / под редакцией д. ф. н., проф. С. В. Клягина, д. ф. н., проф. О. Д. Шипуновой. – СПб. : Изд-во Политехн. ун-та, 2013. – С. 81–90.
2. РЭУ им. Г. В. Плеханова – первый экономический ВУЗ России [Электронный ресурс] / «ВАКАНСИЯ.RU. Интернет-газета о работе» : [официальный сайт]. – Режим доступа: http://www.vacansia.ru/info/reu_im_g_v_plehanova_pervyj_ekonomicheskij_vuz_rossii.html.
3. О подразделении «Центр развития дополнительного профессионального образования» [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» : [официальный сайт]. – Режим доступа: <https://www.rea.ru/ru/org/managements/dopobrcentr/Pages/about.aspx>.
4. О подразделении «Центр развития дополнительного профессионального образования» [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» : [официальный сайт]. – Режим доступа: <https://www.rea.ru/ru/org/managements/dopobrcentr/Pages/dpo.aspx>.
5. О подразделении «Центр развития дополнительного профессионального образования» [Электронный ресурс] / ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» : [официальный сайт]. – Режим доступа: <https://www.rea.ru/ru/org/managements/Pages/dopobrcentr.aspx>.

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВА

Ирина Лещинская

*Белорусский государственный университет,
Беларусь*

Интернет прочно и повсеместно вошел в жизнь современного человека, радикально ее изменив. Он открыл невиданные до сих пор возможности для передачи информации и тем самым обеспечил условия для преодоления огромных расстояний и синхронизации событий. Новейшие IT-технологии способствовали быстрому развитию IT-сферы и создали предпосылки для формирования сетевого общества.

Плотность информации и скорость ее обновления не могли не сказаться на способах духовного и практического освоения мира. Это в свою очередь привело к изменению форм коммуникации, поскольку трансформировались ее антропологические и аксиологические основания. Указанные тенденции в значительной степени относятся к сфере образователь-